

Ich bin da, wo du nicht bist

Die digitalen Medien machen Kultur jederzeit verfügbar – und verweisen darauf, dass sich Kunst immer entzieht

THOMAS RIBI

Wer Visionen hat, soll sich nicht zurückhalten. Es könnte ja sein, dass er am Ende recht bekommt. Vor nicht allzu langer Zeit gaben Experten und Kulturwissenschaftler selbstgewiss zu Protokoll, die digitalen Medien würden das Kulturleben radikal verändern. Kunst werde im Cyberspace verschwinden. Museen würden zu reinen Archiven. Das Internet, das die Begrenzungen von Raum und Zeit überwindet, werde zum bestimmenden Medium des Kulturbetriebs, und zwar schon sehr bald und endgültig. Diese Entwicklung sei nur folgerichtig. Schliesslich, mahnte Peter Weibel, Leiter des Zentrums für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe, werde unsere Erfahrung seit der industriellen Revolution mehr von Maschinen bestimmt als von körperlichen Empfindungen. Wer Kunst mit Unmittelbarkeit und materieller Präsenz verbinde, orientiere seine ästhetischen Vorstellungen an einem längst überholten Menschenbild. Wissenschaft und Technik hätten unser Gefühl für Raum, Zeit und Körper unwiderruflich verändert, unsere Empfindungen und Wahrnehmungen fragmentiert. Kunst sei das Testfeld, um diese Erfahrungen nun endlich auch auf ästhetischem Gebiet durchzuspielen.

Durch Ozeane gleiten

Das war Ende der neunziger Jahre. Was digitale Medien betrifft, herrschte Goldgräberstimmung. Die technische Entwicklung verlief rasant, und was die Zukunft betrifft, stand nur eines fest: Alles, was man sich vorstellen konnte, würde eintreten – und dazu noch einiges mehr, von dem man sich noch nicht einmal einen Begriff machen konnte. Die Vorstellung eines vom Materiellen gelösten, ganz in den virtuellen Raum verlagerten Kunst- und Kulturlebens passte perfekt ins Konzept. Digital war das Kulturleben allerdings schon damals. Die Künstler hatten den Schritt gemacht. Computeranimationen, digitale Bildbearbeitung und von Algorithmen generierte Strukturen gehörten in der bildenden Kunst und in der Musik, in Theater und Film zum Alltag. Die Werke, die mit ihrer Hilfe entstanden, verhalfen uns zu visuellen Erfahrungen, die sich jenseits von beschwerlichen Alltagserfahrungen bewegten. Erfahrungen, von denen wir uns noch so gern irritieren und verwöhnen liessen.

In Videosequenzen von Pipilotti Rist traumverloren durch farbenprächtige Ozeane gleiten, sich von Karlheinz Stockhausens Musik in noch nie gehörte Klangwelten führen lassen oder in Robert Lepage's Traumtheater staunen, wie elektronische Installation und Schauspielertheater ineinander verfließen. Diese ästhetischen Erfahrungen waren so erst mit neuen Medien möglich geworden. Auf die Rückbindung an ein Hier und Jetzt verzichteten die digital generierten Werke allerdings nicht, im Gegenteil. Ihre Arbeiten hatten ihren Ort nicht im Nirgendwo von Schaltkreisen und Computerbildschirmen, sondern wurden effektiv inszeniert, in Theatern, Museen, Konzertsälen, in besonderen Gebäuden oder Landschaften.

Natürlich war auch das Worldwide Web bereits entdeckt worden – als unerschöpflicher Speicher, auch und gerade für Bilder «analoger» Kunstwerke, die so alleits verfügbar wurden. Mit wenig Aufwand konnte man auf einmal wesentlich mehr Empfänger erreichen mit allen bisherigen Vertriebskanälen. Dass die Zukunft der Kunst in der Verbindung mit den neuen Medien liegt, schien sich daraus von selbst zu ergeben. «Die neuen Medien sind ja auch Teil von Politik und Physik, deswegen können sie uns die gegenwärtige Welt wahrscheinlich besser erklären als die alten», erklärte Peter Weibel. «Der blosse Ausdruck von Schmerz und Lust, der Mensch als fleischliches Wesen – das scheint mir als künstlerisches Programm nicht mehr auszureichen.»



Wo ist die Kunst? Im «Rain Room» des Künstlerkollektivs Random International lässt sich das Paradox von Präsenz und Abwesenheit erfahren.

JAE C. HONG / AP

Damit war der Anspruch formuliert: Die Welt wollte erklärt sein. Das war die Aufgabe der Kunst, und die digitalen Medien boten ihr das geeignete Instrumentarium dazu. Dass Kunst auch mit Sinnlichkeit zu tun haben könnte und dass einer Kunst, die sich nur noch auf Screens und Bildschirmen abspielt, eine entscheidende Dimension fehlen könnte, das wurde von den Auguren der Kunsttheorie belächelt – obwohl die Künstler aller digitalen Euphorie zum Trotz gerade diese Dimension lustvoll betonten.

Bitte nicht zu nahe!

Physische Präsenz des Künstlers, sinnliche Aura des Werks – das waren für die Theoretiker von Kunst und Medien Konzepte aus einer vergangenen Zeit. Einer Zeit, in der sich die Welt noch nicht auf Mausclick öffnete wie die Felswand auf Ali Babas Zauberwort hin. Wer sich an dieser Welt orientierte, verkannte die Alltagsrealität, in der digitale Medien immer mehr Lebensbereiche eroberten und es keine Rolle mehr spielte, ob ich mich in Zürich oder Schanghai aufhalte, solange ich angeschlossen bin ans grosse Netz, das alles und alle miteinander verbindet.

In Sachen Kunst und Kultur auf unmittelbarer Erfahrung zu bestehen, das entlarvten die Vorreiter der digitalen Kunstrevolution als bildungsbürgerliches Vorurteil. Peter Weibel fasste das Ende der neunziger Jahre in einen einprägsamen Vergleich: Sinnlichkeit in der Kunst? Das sei von gestern, meinte er. «Mit der Aura arbeitet heute die Kulturhotellerie, mir genügt das imaginäre Museum», gab er im «Spiegel» zu Protokoll. Denn mit der Kunst sei es eigentlich genau gleich wie mit der Sexualität – da liegen die Dinge offensichtlich auch mehr ganz so, wie man sich das gemeinhin vorstellt. Die Vorstellung, Sex sei «eine Nahkommunikation, bei der man sich anfasst und solche Dinge» sei altmodisch, dekretierte Weibel. Und damit gehe es nun «langsam zu Ende». Der grosse Erfolg von Telefon- und Internet-Sex zeige ja zur Genüge, dass die Menschen in Bildern und Tönen einen durchaus valablen Ersatz für körperliche Gegenwart finden können.

Was beim Sex funktioniert, das muss auch bei der Kunst funktionieren? Der Vergleich ist gar nicht schlecht gewählt. Obwohl man sich natürlich fragen kann, ob eine Konzeption von Sexualität, die so entschieden auf Fernkommunikation setzt, nicht doch etwas eindimensional ist. Doch der Gedanke wirft ein bezeichnendes Schlaglicht auf das Selbstverständnis der digitalen Kunst-Avantgarde der Jahrtausendwende. Der Rückzug aus der körperlichen Welt, aus dem Gegenüber zwischen anwesenden Partnern, in eine medial vermittelte Kommunikation, die sich zwischen weit voneinander entfernten Subjekten abspielt, markierte aus ihrer Sicht auch eine neue Stufe kritischer Distanz.

Anders gesagt: Mag sein, dass bei der Verlagerung von Kunst in den virtuellen Raum etwas verloren geht: die Wirkung eines einmaligen Objekts oder das Charisma einer Person, der ich gegenüberstehe. Der Verlust an Unmittelbarkeit, die vom «User» mehr Abstraktionsvermögen verlangt, wird allerdings durch einen Gewinn aufgewogen: Virtuell konsumierte Kunst belohnt mit etwas, was sie besser geben kann als physisch gegenwärtige Kunst, die sich darin erschöpft, mit sinnlichen Reizen zu spielen: Erkenntnis, Kunst, Musik, Literatur, Theater und Film – letztlich ist das Ganze ja nichts anderes als ein Austausch von Daten. Warum also das Geschrei um Original und sinnliche Präsenz? Auf den Inhalt kommt es an, und der lässt sich bestens in Bits und Bytes verpacken.

Im Strom der Daten

Tatsächlich ist es seit den selbstbewussten Ansagen der digitalen Theoretiker zu einer Selbstverständlichkeit geworden, Kultur virtuell zu konsumieren. Der Boom der Mobilgeräte hat seit rund zehn Jahren das Seine dazu beigetragen. Künstler stellen ihre Werke oft kostenlos ins Netz und können damit die klassischen Vertriebskanäle umgehen – obwohl die Videoinstallation, die ich auf dem Bildschirm gratis anschauen kann, auf dem Kunstmarkt nach wie vor für einen Millionenbetrag gehandelt wird. Doch das Angebot an ständig greifbarer Kunst ist riesig, und es umfasst nicht nur

die Gegenwart. Über Handy und iPad habe ich jederzeit Zugriff auf Meisterwerke vom japanischen Holzschnitt über Renaissance-Porträts bis zu afrikanischen Masken. In digitalen Bibliotheken steht mir von der «Ilias» bis zu Harry Potter alles zur Verfügung, was ich mir wünschen kann. Zum Teil kostenlos, und ich kann erst noch wählen, ob ich lieber lesen oder hören will. Videoportale halten eine Riesenauswahl von Filmen bereit. Und über Streaming-Dienste kann ich immer und überall die Musik herunterladen, nach der mir der Sinn gerade steht.

Fast alles ist fast jederzeit verfügbar. Die Werke haben sich von ihren Trägermedien gelöst. Ich muss mich nicht mehr um Bücher, CD oder Reproduktionen kümmern. Ladenöffnungszeiten können mir egal sein. Ich muss nicht mehr ins Kino oder ins Theater, sondern kann Filme, Theaterstücke und Konzerte vom Sofa aus bequem herunterladen und ansehen. Handy, Tablet, Laptop und W-LAN genügen, um fast alle Wünsche im Handumdrehen zu erfüllen. Ich kann auf dem Mobiltelefon den Isenheimer Altar, «Fidelio» oder «Star Wars» anschauen, auf einem Screen, der nur wenige Quadratzentimeter gross ist. Was ich sehe, sind Kopien. Doch was spielt das schon für eine Rolle, in einem

digitalen Raum, in dem es ohnehin nichts anderes als Kopien gibt?

Haben die Propheten der digitalen Kunstrevolution also recht bekommen? Hat sich das Kulturleben in den Cyberspace verlagert? Ja, das hat es. Es ist heute alltäglich, digital zu lesen, Musik zu hören, Bilder und Filme anzuschauen. Kunstschaffende nützen selbstverständlich die Möglichkeiten der digitalen Medien. Nur, im Cyberspace verschwunden ist die Kunst nicht. Physische Präsenz, Körperlichkeit sind keine gestrigen Konzepte: Sie werden bewusst inszeniert, und zwar gerade in ausgeprägten digitalen Settings, etwa im «Rain Room» der britisch-deutschen Künstlergruppe Random International, der letztes Jahr in verschiedenen Museen zu erleben war: ein sparsam beleuchteter Raum, von dessen Decke aus Hunderten von kleinen Düsen unablässig Wassertropfen auf einen Gitterboden fallen. Alles ist in einen künstlichen Regen gehüllt – nur dort, wo sich gerade ein Besucher aufhält, da geben die Düsen kein Wasser ab. Zahllose Sensoren registrieren jede Bewegung eines Körpers, und ausgeklügelte Algorithmen steuern die Wasserdüsen, so dass man trocken durch den Schauer kommt.

Überall und nirgends

Man kann das als Effekthascherei abtun. Als Buzenzauber einer Computerkunst, die sich an ihren technischen Möglichkeiten berauscht. Man kann den «Rain Room» aber auch als Sinnbild für einen Kulturbetrieb begreifen, in dem sich Künstler und Publikum über das Paradox von Präsenz und Abwesenheit verständigt haben und einig sind, dass das Wesen von Kunst genau darin liegt: da zu sein, wo ich nicht bin. Dass Musik, Literatur und Kunst ihren Ort genauso wenig in Theatern, Museen, Objekten oder Büchern haben wie auf Chips und Festplatten. Dass Kunst überhaupt keinen Ort hat, sondern dass sie zugleich nirgends und überall ist. Dass sie sich dauernd entzieht und sich dort und nur dort ereignet, wo sie immer wieder neu vergegenwärtigt wird: im virtuellen Raum meiner eigenen Vorstellungskraft. Vielleicht also doch wie Cybersex. Wenigstens ein bisschen.

CHANCEN DER DIGITALISIERUNG

Navigationsgeräte lotsen uns durch die Stadt, wir bezahlen per Smartphone, sind laufend online – und stehen erst am Anfang einer Entwicklung, die unser Leben grundlegend verändert. In den letzten Wochen hat die NZZ in einer Reihe von Artikeln Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung erörtert. Dieser Beitrag schliesst die Serie ab. Alle 17 Beiträge sind online abrufbar.

NZZ nzz.ch/digitalisierung